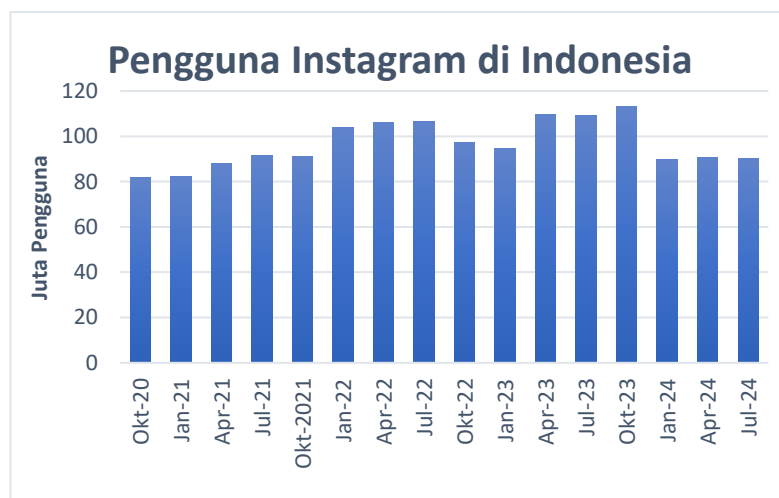


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat global, termasuk Indonesia. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat telah mengubah cara individu berkomunikasi, bekerja, dan membangun relasi sosial. Salah satu platform media sosial yang sangat populer dan memiliki basis pengguna yang besar di Indonesia adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbasis visual yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto dan video dengan fitur-fitur yang terus berkembang, seperti Instagram *Story*, IGTV, *Reels*, dan *Live*. Sejak diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010, Instagram terus tumbuh menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik dan tren sosial.



Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: Napoleon Cat

Berdasarkan data dari Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dari waktu ke waktu. Pada periode Oktober 2020 hingga Juli 2024, pengguna Instagram di Indonesia tercatat berkisar antara 80 juta hingga 110 juta per bulan. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar pengguna Instagram terbesar di dunia. Banyaknya pengguna

Instagram di Indonesia membuka peluang besar bagi individu maupun kelompok untuk menyebarkan berbagai informasi dan memengaruhi opini publik, termasuk dalam bidang gaya hidup sehat dan olahraga.

Salah satu tren yang berkembang pesat di Instagram dalam beberapa tahun terakhir adalah tren olahraga. Aktivitas olahraga tidak hanya dilakukan untuk menjaga kebugaran tubuh, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang kerap dibagikan melalui media sosial. Banyak pengguna Instagram membagikan momen olahraga mereka sebagai bentuk motivasi dan inspirasi kepada pengikutnya. Proses mengunggah atau penyebaran konten dipahami sebagai penambah motivasi (Pramukti & Akhiruyanto, 2021). Konten yang berkaitan dengan olahraga seperti rutinitas latihan, hasil pencapaian, tips latihan, hingga perubahan fisik sering kali mendapatkan respons positif dan membangun keterlibatan yang tinggi dari audiens.

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam membentuk opini publik terkait gaya hidup sehat. Media sosial seperti Instagram, TikTok dan YouTube dirasa memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat (Amelia & Pambudi, 2024). Selain itu, media sosial juga menjadi wadah bagi individu untuk membangun dan menampilkan identitas diri melalui aktivitas positif seperti olahraga. Dalam konteks ini, konsep konstruksi identitas digital menjadi sangat relevan untuk dianalisis. Konstruksi identitas digital merujuk pada proses bagaimana individu membentuk, menyusun, dan menampilkan identitas dirinya di ruang digital, terutama melalui media sosial.

Menurut Boyd (dalam Okditazeini & Irwansyah, 2018), identitas digital merupakan representasi dari diri seseorang di dunia maya, yang dibentuk berdasarkan informasi yang dibagikan secara sadar oleh pengguna. Identitas ini tidak selalu mencerminkan diri yang sebenarnya secara utuh, melainkan merupakan versi yang dikonstruksi sesuai dengan nilai, minat, dan tujuan tertentu. Dalam hal ini, pengguna media sosial memiliki kendali penuh atas bagaimana mereka ingin dikenali dan dipersepsikan oleh orang lain di ruang digital.

Selaras dengan pendapat tersebut, Turkle (dalam Mujiyanto & Nurhadi, 2024) menyebutkan bahwa media sosial memberikan ruang bagi individu untuk menampilkan beragam sisi dirinya sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi. Identitas digital tidak bersifat tetap, melainkan dinamis, dapat dikonstruksi ulang, dan sangat bergantung pada interaksi yang terjadi antara pengguna dan audiensnya. Hal ini menjadikan media sosial sebagai arena performatif, di mana individu dapat menyusun narasi diri melalui gambar, teks, dan video yang dipilih secara selektif.

Dalam kaitannya dengan media sosial, konstruksi identitas digital melibatkan berbagai elemen, seperti estetika visual, narasi personal, interaksi sosial, serta respons dari audiens. Semua elemen tersebut membentuk citra diri yang dibangun secara konsisten di mata publik. Penelitian (Benitez et al., 2024) menunjukkan bahwa identitas digital dikonstruksi melalui tiga aspek utama, yaitu *identity construction*, *embodiment of online persona*, dan *building social currency*. Ketiganya mencerminkan bagaimana pengguna media sosial, khususnya content creator, secara sadar membangun citra diri mereka dengan menggabungkan autentisitas, kredibilitas, dan strategi komunikasi untuk memperluas jangkauan serta membangun koneksi sosial. Oleh karena itu, media sosial bukan hanya sekadar ruang berbagi, tetapi juga menjadi tempat berlangsungnya proses komunikasi identitas yang kompleks dan strategis.

Fenomena munculnya *influencer* mencerminkan dinamika konstruksi identitas digital di media sosial. *Influencer* adalah individu dengan jumlah pengikut besar yang mampu memengaruhi opini dan perilaku audiens. Identitas digital mereka dibentuk secara sadar untuk mencerminkan nilai, gaya hidup, dan keahlian tertentu yang ingin diasosiasikan dengan diri mereka. Bergs et al. (2023) menemukan bahwa *micro-influencer* di Instagram menggunakan strategi identitas daring yang terencana untuk memenuhi ekspektasi audiens dan memperkuat *personal branding* mereka di ruang virtual.

Dalam bidang olahraga, muncul subkategori khusus yang dikenal sebagai *influencer* olahraga. Mereka aktif membagikan konten seputar aktivitas fisik,

gaya hidup sehat, dan narasi motivasional melalui platform seperti Instagram. Identitas digital para *influencer* ini dibentuk secara strategis untuk menampilkan citra sebagai sosok yang aktif, sehat, dan inspiratif. Mubarak et al., (2021) menjelaskan bahwa digital fitness *influencer* menciptakan identitas tersebut melalui foto, video, dan interaksi yang membangun hubungan parasosial dengan pengikut, yang memandang mereka sebagai figur yang kredibel dan patut diteladani. Dengan demikian, konstruksi identitas tidak hanya berasal dari aktivitas nyata, tetapi juga dari cara penyajiannya di ruang digital..

Salah satu cabang olahraga yang populer dan banyak diangkat oleh para *influencer* adalah lari. Olahraga ini dipilih karena sederhana, tidak memerlukan alat khusus, dan fleksibel dilakukan kapan saja. Selain itu, lari kerap dikaitkan dengan semangat hidup sehat dan pencapaian personal. Di Instagram, aktivitas lari dibagikan dalam bentuk peta rute, durasi, hingga foto saat berlari, menjadikannya bagian dari narasi gaya hidup sehat. Christanti & Cahyani (2022) menegaskan bahwa unggahan semacam ini menjadi sarana pembentukan identitas budaya virtual, di mana *influencer* merepresentasikan nilai dan kebiasaan yang ingin mereka tampilkan kepada publik.

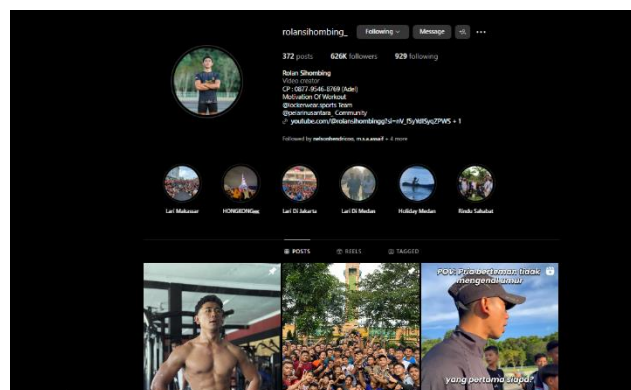
No.	Nama	Username Instagram	Pengikut
1.	Agus Prayogo	agusprayogo21	198rb
2.	Fahril Baharuddin	fahrilnur	150rb
3.	Muh. Hairil	mukahairil	80,9rb
4.	Muh. Rizky Ulath	muhammadrizkyulath	51,3rb
5.	Robi Syianturi	robi_syianturi	62,5rb
6.	Rolan Sihombing	rolansihombing_	626rb
7.	Sally Tanudjaja	sallytanudjaja	256rb

Tabel 1. 1 *Influencer dalam bidang olahraga*

Fenomena ini dimanfaatkan oleh sejumlah *influencer* untuk membangun identitas digital yang kuat dan berpengaruh melalui konten bertema olahraga lari. Mereka memosisikan diri sebagai panutan yang bisa menginspirasi pengikutnya

dalam hal menjaga kesehatan dan disiplin berolahraga. Salah satu sosok yang menonjol dalam hal ini adalah Rolan Sihombing, seorang *influencer* olahraga yang memiliki lebih dari 626 ribu pengikut di akun Instagram @rolansihombing_.

Penelitian ini memilih *influencer* laki-laki sebagai fokus kajian meskipun terdapat pula *influencer* perempuan dalam bidang olahraga. Pemilihan ini didasarkan pada fakta bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti konstruksi identitas digital dan *personal branding influencer* perempuan, terutama dalam konteks kecantikan, fashion, dan gaya hidup. Dengan demikian, penelitian ini ingin mengisi celah penelitian dengan mengeksplorasi bagaimana seorang *influencer* laki-laki membangun identitas digitalnya di media sosial, khususnya di bidang olahraga. Selain itu, peneliti ingin melihat bagaimana strategi komunikasi dan konten yang dibangun oleh *influencer* laki-laki dapat mempengaruhi audiensnya.



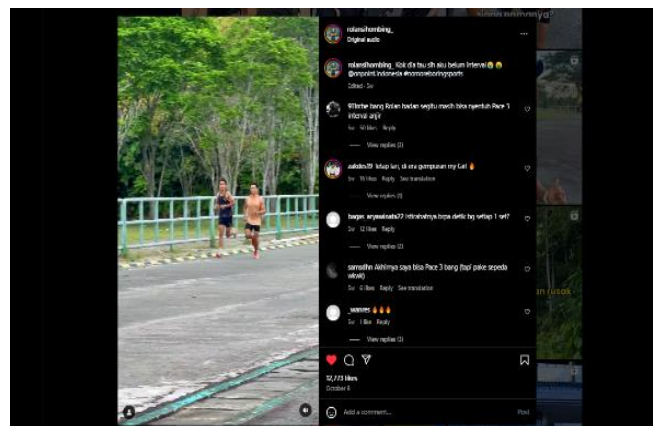
Gambar 1. 2 Tampilan Instagram Rolan Sihombing

Sumber: Instagram

Berdasarkan data yang dihimpun, peneliti menentukan Rolan Sihombing sebagai fokus penelitian bukan hanya karena jumlah pengikutnya yang mencapai 626 ribu – tertinggi dibanding *influencer* olahraga lainnya seperti Agus Prayogo (198 ribu) atau Sally Tanudjaja (256 ribu) – tetapi juga karena konsistensinya dalam mengunggah konten edukasi olahraga, gaya hidup sehat, serta motivasi secara rutin. Selain itu, Rolan Sihombing aktif melakukan interaksi dengan pengikut melalui fitur komentar dan *story*, serta kerap diundang sebagai pembicara atau narasumber dalam kegiatan edukasi olahraga, yang menegaskan posisinya bukan sekadar *influencer* dengan banyak pengikut, melainkan figur

yang memiliki pengaruh nyata dalam membangun kesadaran kesehatan di masyarakat. Dengan kombinasi jangkauan audiens yang luas dan aktivitas konten yang konsisten, Rolan Sihombing menjadi subjek yang relevan untuk diteliti terkait konstruksi identitas digital dan *personal branding* di media sosial.

Rolan Sihombing dikenal sebagai figur yang konsisten membagikan konten-konten edukatif, inspiratif, dan relevan seputar olahraga, terutama lari. Dalam membangun identitas digitalnya, Rolan tidak hanya menampilkan hasil atau pencapaian, tetapi juga proses latihan, perjuangan, serta nilai-nilai yang ia pegang seperti disiplin, kerja keras, dan konsistensi. Ia juga menyertakan berbagai aspek pendukung olahraga seperti pola makan, perlengkapan, dan latihan silang seperti calisthenics, tinju, maupun renang. Narasi yang dibangun dalam kontennya memperlihatkan identitas digital sebagai sosok yang autentik, progresif, dan dapat dipercaya.



Gambar 1. 3 Konten Instagram Rolan Sihombing

Sumber: Instagram

Keaktifan Rolan dalam berbagi pengalaman dan ilmu juga diwujudkan dalam pendirian Nusantara Training Academy, sebuah wadah pelatihan kebugaran yang mendukung masyarakat untuk hidup lebih sehat. Kegiatan ini memperkuat narasi identitas digitalnya sebagai pelatih sekaligus panutan yang memiliki nilai sosial tinggi. Keaslian dan konsistensi dalam membagikan pengalaman serta kontribusi nyata di dunia nyata memperkuat citra digital yang ia bangun.

Penelitian ini berfokus pada konstruksi identitas digital Rolan Sihombing sebagai *influencer* olahraga di Instagram. Pemilihan Rolan sebagai subjek penelitian didasarkan pada konsistensinya dalam mengunggah berbagai jenis konten dengan pilar edukasi, hiburan, dan promosi yang saling melengkapi. Dibandingkan dengan *influencer* olahraga laki-laki lainnya seperti Agus Prayogo, Fahril Baharuddin, atau Muh. Rizky Ulath yang cenderung memiliki fokus konten terbatas pada satu bidang olahraga atau motivasi tertentu, Rolan Sihombing menghadirkan variasi konten yang lebih luas dan relevan dengan kebutuhan audiens. Kontennya tidak hanya menampilkan aktivitas fisik semata, tetapi juga memberikan edukasi pola hidup sehat, motivasi kebugaran, hingga promosi produk yang terkait dengan gaya hidup aktif, sehingga membentuk identitas digital yang komprehensif di mata pengikutnya.



Gambar 1. 4 Konten Instagram Rolan Sihombing

Sumber: Instagram

Selain itu, Rolan Sihombing dipilih karena memiliki pengaruh yang besar, khususnya di kalangan remaja yang menjadi mayoritas pengikutnya, dibandingkan kompetitor lainnya. Pengaruh ini terlihat dari intensitas interaksi audiens pada konten-kontennya serta kemampuannya membangun kedekatan dengan pengikut melalui pesan motivasi dan edukasi yang praktis. Dengan demikian, penelitian ini ingin mengeksplorasi bagaimana konstruksi identitas digital Rolan Sihombing dibangun melalui strategi komunikasi dan pemilihan konten di Instagram, serta bagaimana hal tersebut membedakannya dari *influencer* olahraga lain dalam menciptakan citra personal yang kuat dan berpengaruh di media sosial.

Menurut Rampersad (2009), dalam membentuk identitas digital yang efektif, dibutuhkan kejujuran, integritas, serta kesesuaian antara apa yang ditampilkan secara daring dengan realitas yang dijalani. Dalam hal ini, Rolan menunjukkan keselarasan antara persona digital dan aktivitas nyata yang dijalankannya, sehingga menghasilkan kepercayaan dan keterikatan yang tinggi dari pengikutnya.

Tingginya engagement atau keterlibatan pengikut terhadap konten yang diunggah Rolan Sihombing menunjukkan bahwa konstruksi identitas digitalnya berhasil menarik perhatian dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Interaksi dalam bentuk komentar, *like*, dan *repost* menjadi indikator bahwa identitas digital yang ia tampilkan bukan hanya dilihat, tetapi juga diterima dan diapresiasi oleh pengikutnya.

Melalui akun Instagram @rolansihombing_, Rolan telah berhasil menyusun identitas digital sebagai figur olahraga yang edukatif, otentik, dan inspiratif. Identitas ini dibentuk secara berkelanjutan melalui strategi komunikasi digital yang konsisten, didukung oleh konten yang relevan serta keterlibatan aktif dalam dunia nyata. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana konstruksi identitas digital Rolan Sihombing terbentuk dan sejauh mana hal tersebut berpengaruh terhadap keterhubungan antara dirinya dan para pengikutnya di media sosial.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas, yaitu: **“Bagaimana Konstruksi Identitas Digital Rolan Sihombing sebagai *influencer* olahraga dalam platform sosial media Instagram?”**.

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Konstruksi Identitas Digital Rolan Sihombing sebagai *influencer* olahraga dalam platform sosial media Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian konstruksi identitas digital di media sosial, terutama Instagram. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi digital yang berkaitan dengan bagaimana individu membentuk dan memelihara identitasnya dalam ruang virtual, serta peran *influencer* dalam memengaruhi wacana publik dan perilaku audiens.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Pengguna Media Sosial: Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai proses pembentukan identitas digital di media sosial, serta pentingnya konsistensi, autentisitas, dan nilai yang dibawa dalam membangun identitas di platform seperti Instagram.
2. Bagi Peneliti Lain: Menjadi referensi atau landasan awal bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam mengenai konstruksi identitas digital, khususnya dalam konteks *influencer* olahraga di media sosial.